



DF SUD
TU LUGAR EN AMÉRICA Y SUS NEGOCIOS

www.dfsud.com | @DF_Sud | DF Sud | DF Sud

VIERNES 13 DE FEBRERO DE 2026

24

San Valentín en la región:

ventas por apps suben hasta 500% en Chile, flores impulsan a Colombia y Argentina ajusta precios



BLOOMBERG

■ El día del amor y la amistad está marcado por citas románticas que crean, para las empresas, una gran oportunidad de consumo.

POR A. LAGOS Y C. BRICEÑO

En el siglo XX se popularizó la idea de dar regalos a la persona amada para el Día de San Valentín. Lo que comenzó como una forma de demostrar afecto se transformó, impulsado por la publicidad, en un gran mercado para las empresas, que cada año lanzan promociones y actividades especiales.

Delivery predomina en Chile y Perú

De acuerdo con la última Radiografía del delivery en Chile, los

millennials (28 a 43 años) son los principales compradores en aplicaciones digitales, con el 45% de los pedidos, seguidos por la Generación Z (18 a 27 años), con un 30%. No es extraño, entonces, que las apps se posicionen como uno de los servicios más demandados cada 14 de febrero.

Según datos de Uber Eats, en Chile las ventas de "regalos" para esta fecha pueden incrementarse hasta en un 500%, superando a Navidad y otras fechas relevantes del calendario comercial. Las flores y los chocolates siguen liderando; en el primer caso, los pedidos cre-

cen 437%, con los girasoles como favoritos; los chocolates aumentan 211%, especialmente los bombones. En los últimos años, además, las bebidas alcohólicas han ganado protagonismo, con los espumantes encabezando el ranking.

Chile no es el único mercado donde el delivery se dispara. Según PedidosYa, el 14 de febrero de 2025 el volumen total de pedidos aumentó en promedio un 30% en los países donde opera, en comparación con un día normal. Perú fue el país con mayor dinamismo, seguido por El Salvador, Costa Rica, Nicaragua y Guatemala. "En la mañana predominan los desayunos y pequeños detalles, mientras que en la tarde y la noche aumentan los pedidos de comidas, bebidas y productos asociados a regalos", explicó a DF SUD el quick commerce senior director de PedidosYa, Ezequiel Nocera.

Colombia marca la temporada con el negocio de las flores

En Colombia, las flores son protagonistas de la celebración. El país es el segundo mayor exportador

mundial y el año pasado envió cerca de 60.000 toneladas al exterior, con proyecciones de crecimiento entre 3% y 5% para este año.

Aunque en Colombia el día del amor y la amistad se celebra tradicionalmente en septiembre, el 14 de febrero es clave para su industria florícola debido a la fuerte demanda internacional. San Valentín concentra entre 15% y 18% de las ventas anuales del sector. La nación se ha consolidado como la principal proveedora de flores de Estados Unidos -cerca del 80% de sus exportaciones tiene como destino ese país- y representa 40% del valor total de ese mercado.

Para responder a la demanda, Latam Airlines movilizó en menos de tres semanas 12.300 toneladas desde Colombia y otras 12.000 desde Ecuador hacia Estados Unidos y Europa, y desde la aerolínea señalaron que esta es una de las temporadas logísticas más exigentes del año.

Argentina ajusta precios en cenas y México suma chocolate

Las cenas siguen siendo otro de

los clásicos de la fecha, aunque con matices. En Argentina, la tendencia apunta a propuestas más acotadas en precio, en un contexto de consumo más débil y clientes cautelosos con el gasto.

Según medios locales, en lugar de menús que superan los 60.000 pesos argentinos (unos US\$ 43) por persona, la mayoría de las opciones se concentra entre 39.000 y 48.000, incluyendo entrada, plato principal, postre y bebida. La estrategia busca mantener el atractivo de la fecha, pero con un ticket controlado.

En México, en cambio, la celebración mantiene fuerza en restaurantes, y se suma el consumo de chocolates. Un estudio de OpenTable indica que el 54% de los mexicanos ha celebrado el Día de San Valentín en un restaurante y que este año un 47% planea salir a comer.

Para la industria chocolatera el 14 de febrero representa el cierre financiero de su temporada más importante, iniciada en octubre, y explica cerca del 10% del valor total de las ventas anuales del sector, según reporta El Economista.